

数据分析如何驱动和优化在线旅游

Optimize Travel Business Through Data Analytics

顾青，创始人 / CEO，EBizcamp 共相信息

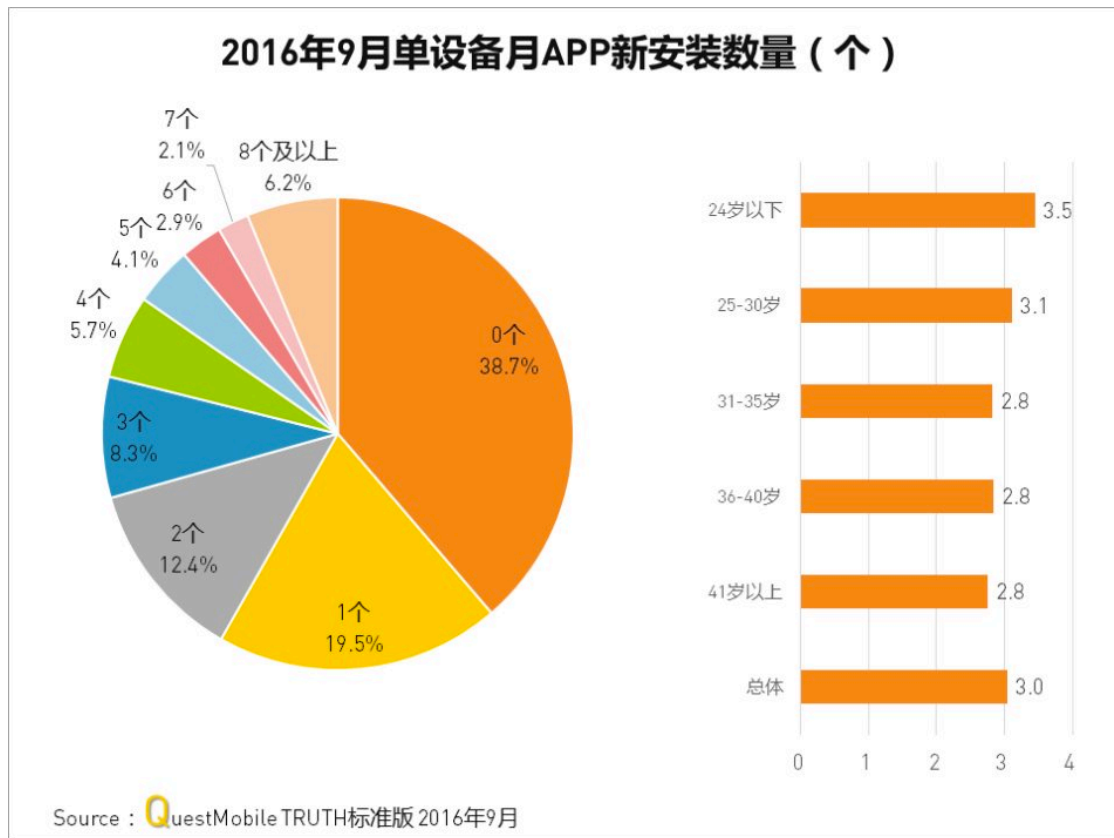
EBizcamp培训和服务过的企业和机构





移动端到了流量红利的中晚期

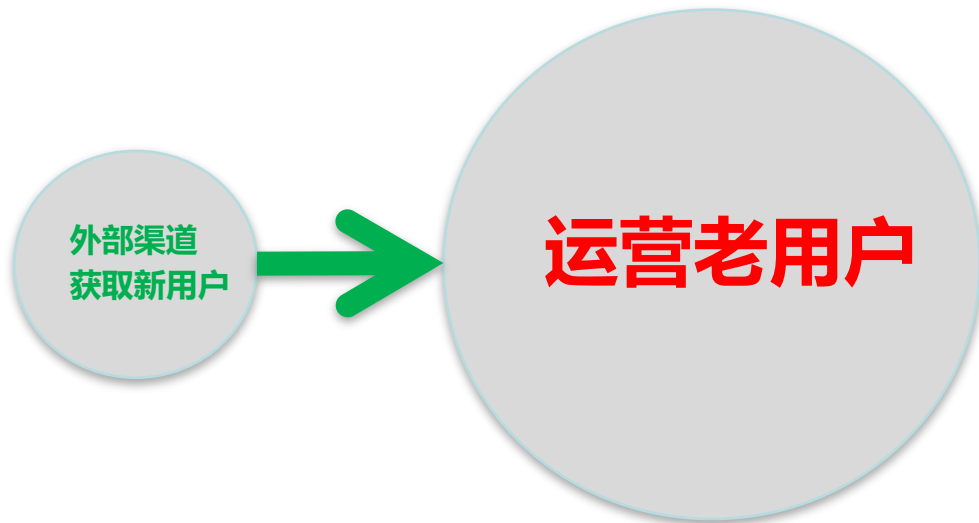
2016年单设备APP月新装数量



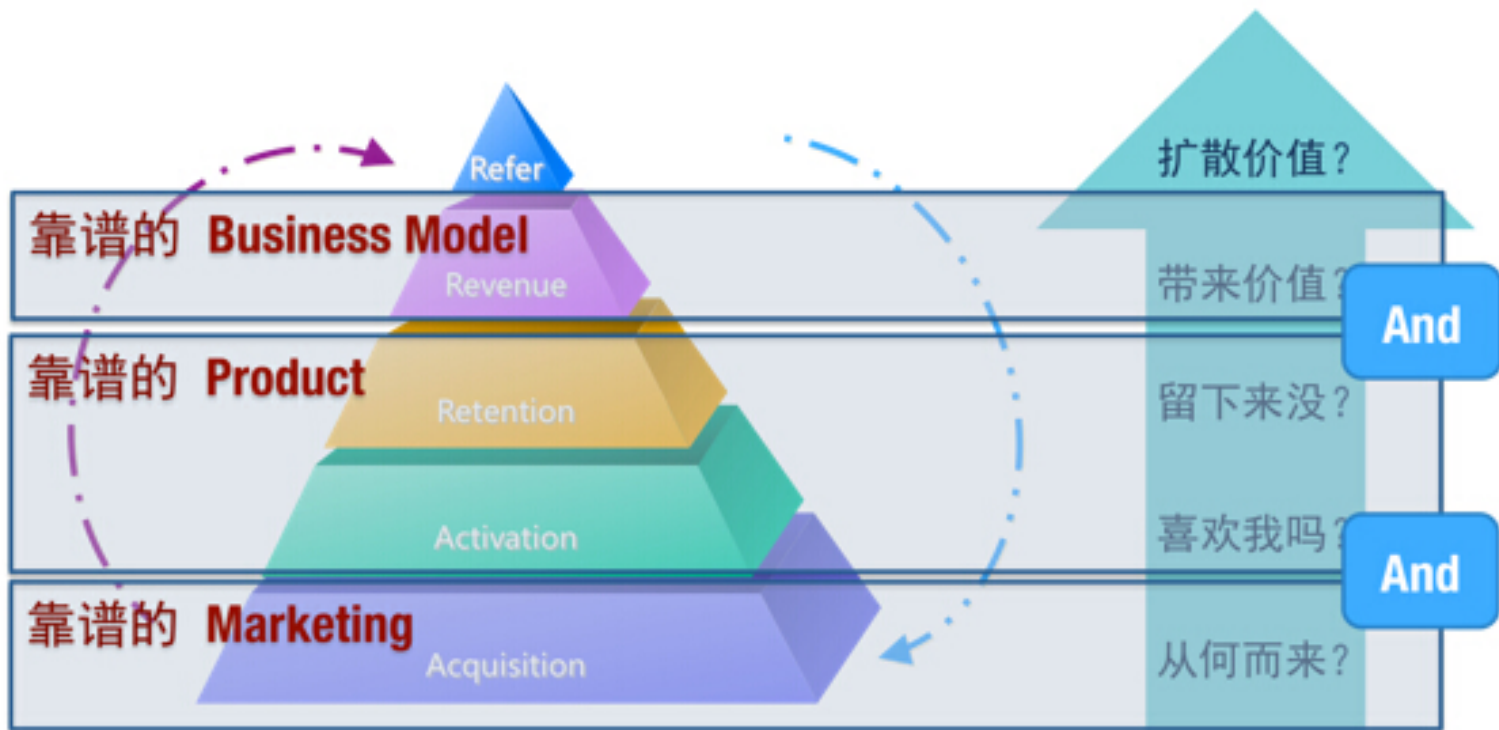
渠道和运营

- 新用户获取成本过高和不断提升
- 高质量新用户短缺
- 新用户获取方式标准化，到天花板了

- 挖掘用户的购买需求
- 提升用户二次下订单的转化率
- 提升用户的生命周期价值



AARRR模型





Airbnb的用户推荐增长案例



Go anywhere, stay for less!
Earn up to \$100 for everyone you invite.

 Invite from Gmail contacts

Send a friend \$25 Airbnb credit. You'll get \$25 when they travel and \$75 when they host. [Referrals Terms and Conditions](#)

Add friends' email addresses	Send	www.airbnb.com/c/jbosinoff
------------------------------	-------------	--

Separate multiple emails with commas.

Or share this link with your friends.



Referrals Tracking

Metric:
New Guests
Number of new referred guests.

Chart Type:
Line

Aggregate Channels

Performance Metrics

Event Counts

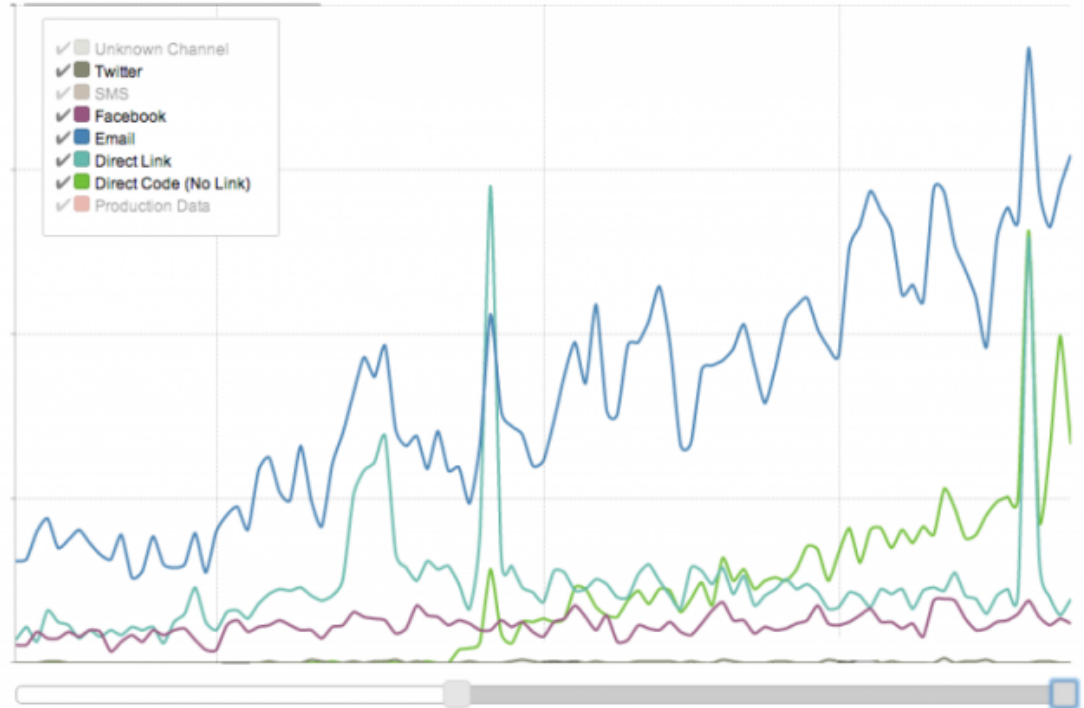
Product Levers

Data

Code

Comments

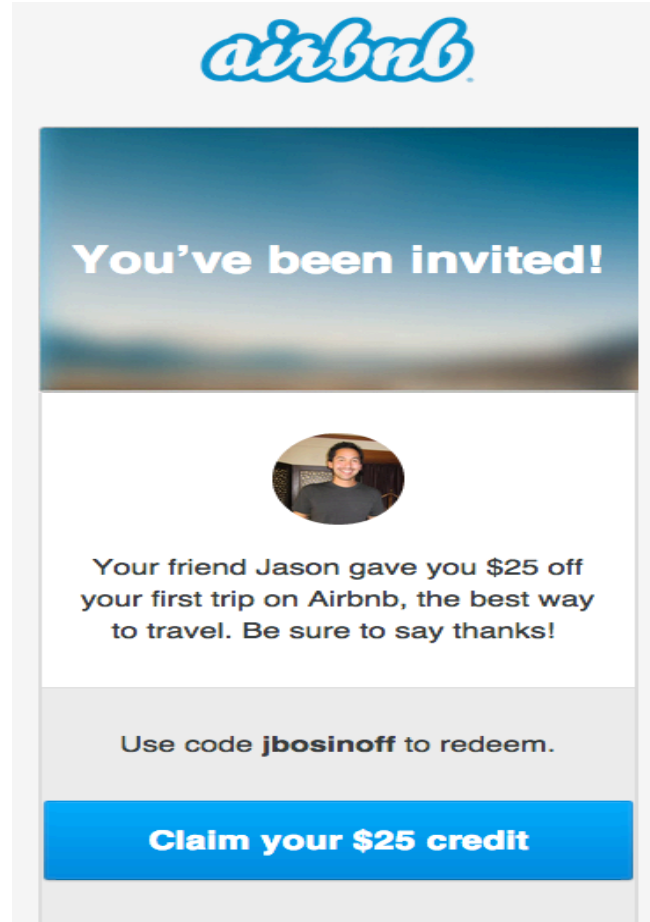
Daily Data



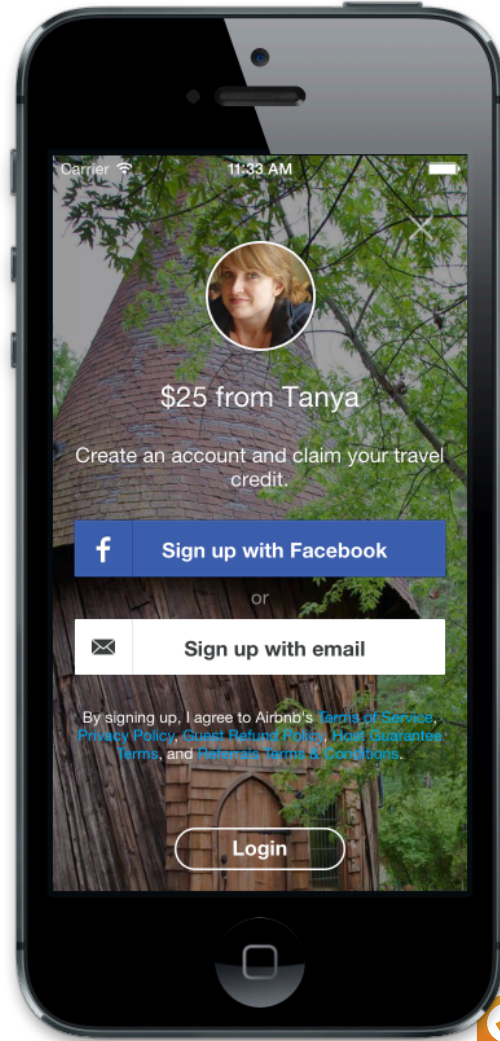
产品黑客增长（开发）



个性化邀请码 (URL + 跟踪代码)



The image shows a vertical email template for an Airbnb invitation. At the top is the Airbnb logo in blue. Below it is a blue gradient banner with the text "You've been invited!". Underneath is a circular profile picture of a man. The text below the photo reads: "Your friend Jason gave you \$25 off your first trip on Airbnb, the best way to travel. Be sure to say thanks!". Below this is a grey bar with the text "Use code **jbosinoff** to redeem.". At the bottom is a blue button with the text "Claim your \$25 credit".





数据驱动=精准渠道获客？



移动网站/APP的加载速度有多重要？

移动网页加载**超过4秒**，**25%**人会放弃

手机网页**超过10秒**，**60%**人不再返回

Google搜索结果**慢0.4秒**，一天搜索量**减少800万次**

40%移动购物者会放弃加载时间**超过3秒**的网站

亚马逊每天销售额约6700万美元，**延迟1秒**可导致**全年损失16亿美元**。

旅游电商网站完整的转化漏斗

外部渠道来源:

e.g. SEM (百度、360、搜狗、神马)、Organic (百度、360、搜狗、神马)、
DSP、垂直网站、微信、微博、等

PC站点:

www.abc.com/
hotels.abc.com
flights.abc.com

Mobile站点:

m.abc.com/
m.abc.com/hotel
m.abc.com/flight

用户注册

客户订单 + 产品SKU + Revenue + AOV + ROI

旅游电商APP完整的转化漏斗

外部渠道来源:

e.g. 付费应用市场 (华为、百度春华、91百度、小米、360手机助手、豌豆荚、OPPO、百度百通、手机QQ、腾讯应用宝、QQWIFI、应用汇、智慧推android、安智市场、广点通O2O、联想乐商店、搜狗手机助手, 搜狗市场, VIVO, SEM、免费渠道 (官网)

Android APP (版本1、2、3)

iOS APP (版本1、2、3)

用户安装及注册

客户订单 + 产品SKU + Revenue + AOV + ROI

为什么预估计算ROI？

订单CR转化率的计算

- 所有会话（session）中，完成了订单提交的会话占比（订单提交成功包括了正常的订单和修改单）
- 用不同的Conversion计算会造成不同的转化率结果，会有丢失，所以CR与真实值会有出入。
- 对于产品和业务来说CR越大越好

业务年度计划

- 机票频道SEO项目
- 全站UI改版
- 机票新GDS API
- 运价项目
- 攻略
- 天气
- 分销
- 支付

**产品、研发和营销
资源如何分配？**

(渠道) 转化 = 转化率 x (渠道) 流量

研发部门的SEO项目收益计算

业务	日均新增流量	转化率	年新增订单量	每单收益(元)	年收益(元)
酒店	<u>800</u>	<u>1.44%</u>	4,200	20	<u>84,000</u>
机票	<u>542</u>	<u>2.3%</u>	4,550	5	<u>22,750</u>
度假	15	1.28%	61	6	36
机+酒	20	0.91%	66	21	1,386
火车	<u>1500</u>	<u>0.33%</u>	1806	2	<u>3612</u>
合计					111, 784

如何安排研发和营销资源？

优先级：

机票 > 酒店 > 火车

Marketing Manager 人/日 = ¥??

活动推广经理 人/日 = ¥??

APP推广经理 人/日 = ¥??

SEMer 人/日 = ¥??

SEOer 人/日 = ¥??

工程师 人/日 = ¥??

设计师 人/日 = ¥??

数据分析师 人/日 = ¥??

运营经理 人/日 = ¥??

网站分析星期三
eBizcamp

项目投入/产出 - 估算 2016年1-6月份

渠道	人/日 ¥	广告预算 ¥	产出 ¥	利润 ¥
Marketing Director	??			
活动推广经理	??	40,000		
APP经理	??	60,000		
SEMer	??	100,000		
SEOer	??			
设计师	??			
工程师	??			
数据分析师	??			
运营经理	??			
总计	XXXXXX.xx	200,000	XXYYX.xx	XXXXX.xx

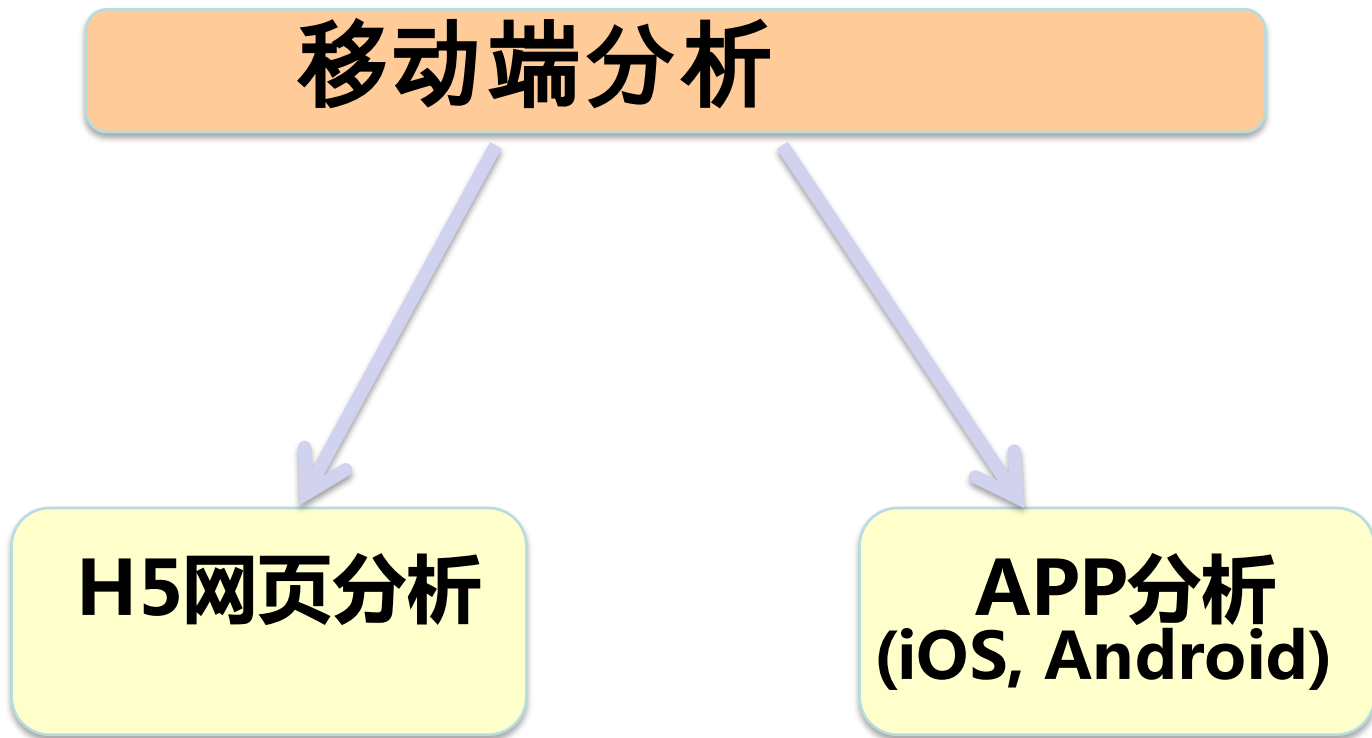
网站分析星期三
eBizcamp



旅游企业常见的数据监测及孤岛问题



多设备的数据分析



监测分渠道订单的主要问题(1):

> 40%

电商

没有分渠道监测 订单数据

监测分渠道订单的主要问题(2):

> 80%

分渠道订单数据

是错误的

监测的主要问题：

> 95%

1. 没有监测到需要的用户行为数据
or
2. 有监测部分，但没用做参考

某旅游电商业绩预估

移动站全站SEO项目



关键词类型	例子	移动日均搜索量 (百度+神马)	移动自然搜索 酒店订单/天 (预估值)
品牌词 (预订类)	A、B酒店	18095	232
品牌+城市 (预订类)	上海A酒店、北京A	3769	56
城市+酒店 (预订类)	上海酒店	101143	85
地区+酒店 (预订类)	静安区连锁酒店	20801	20

BI系统无法正常区分直接流量、SEO流量 和 部分引荐流量

导致：

- ✓ 无法正确衡量SEO项目的产出
- ✓ 无法正确衡量部分引荐流量（比如某些导航链接）的产出

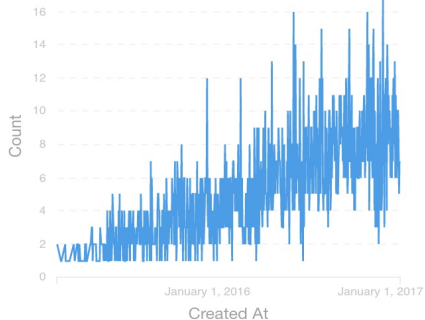
SEO业绩监控

← → ↻ reports.e-bizcamp.cn:3000/dash/1 🔍 ☆ 🗨️ 👤 ☰

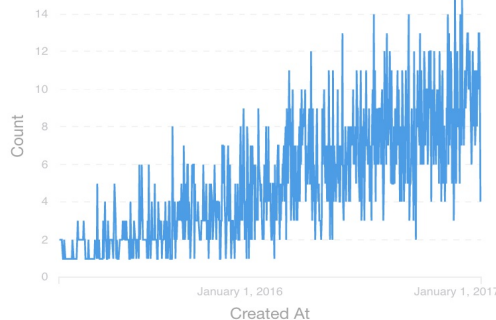
SEO项目监控中心演示
Demo1



自然搜索订单



Google订单



539

Referer = Baidu

新访客 vs. 老访客

Visitor Returning	Count
false	1,980

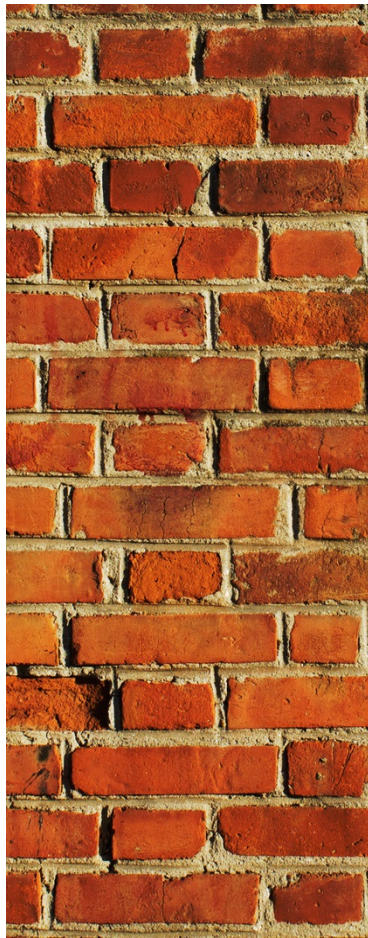
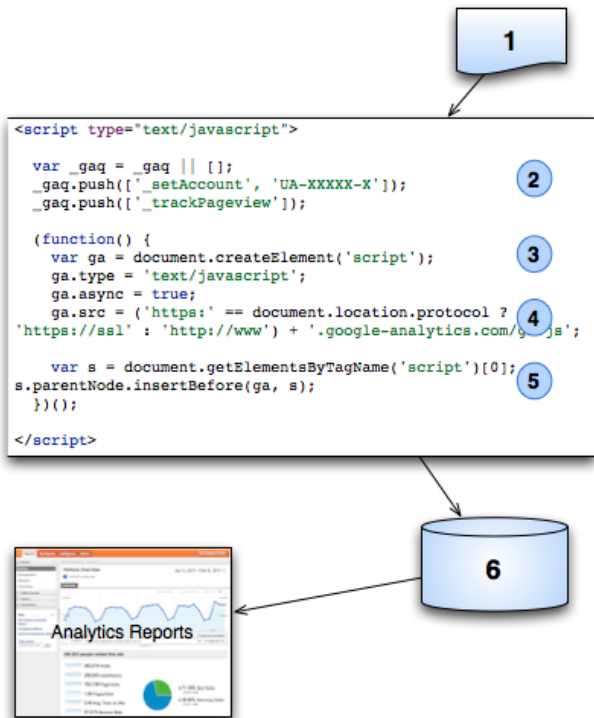
Rows 1-1 of 3 < >

百度移动搜索关键字挖掘 (攻略 = Unique Index Key)

Kw Id	Category 1	Category 2	Category 3	Daily Search Volume	Keyword	Root	Tag 1	Tag 2	Tag 3	Unique Index Key
9	-	-	-	5900	日淘攻略	日亚海淘攻略	-	-	-	日淘攻略-日亚海淘攻略
10	-	-	-	5900	日淘攻略	海淘攻略	-	-	-	日淘攻略-海淘攻略
11	-	-	-	5900	日淘攻略	日亚海淘	-	-	-	日淘攻略-日亚海淘
15947	-	-	-	5900	日淘攻略	德淘攻略	-	-	-	日淘攻略-德淘攻略
227053	products	-	-	1200	cube escape攻略	cube	-	-	-	cube escape攻略-cube

数据： 订单&外部渠道数据没有对接

比如： 外部渠道数据
&SEM投放数据
都“保存在外面”



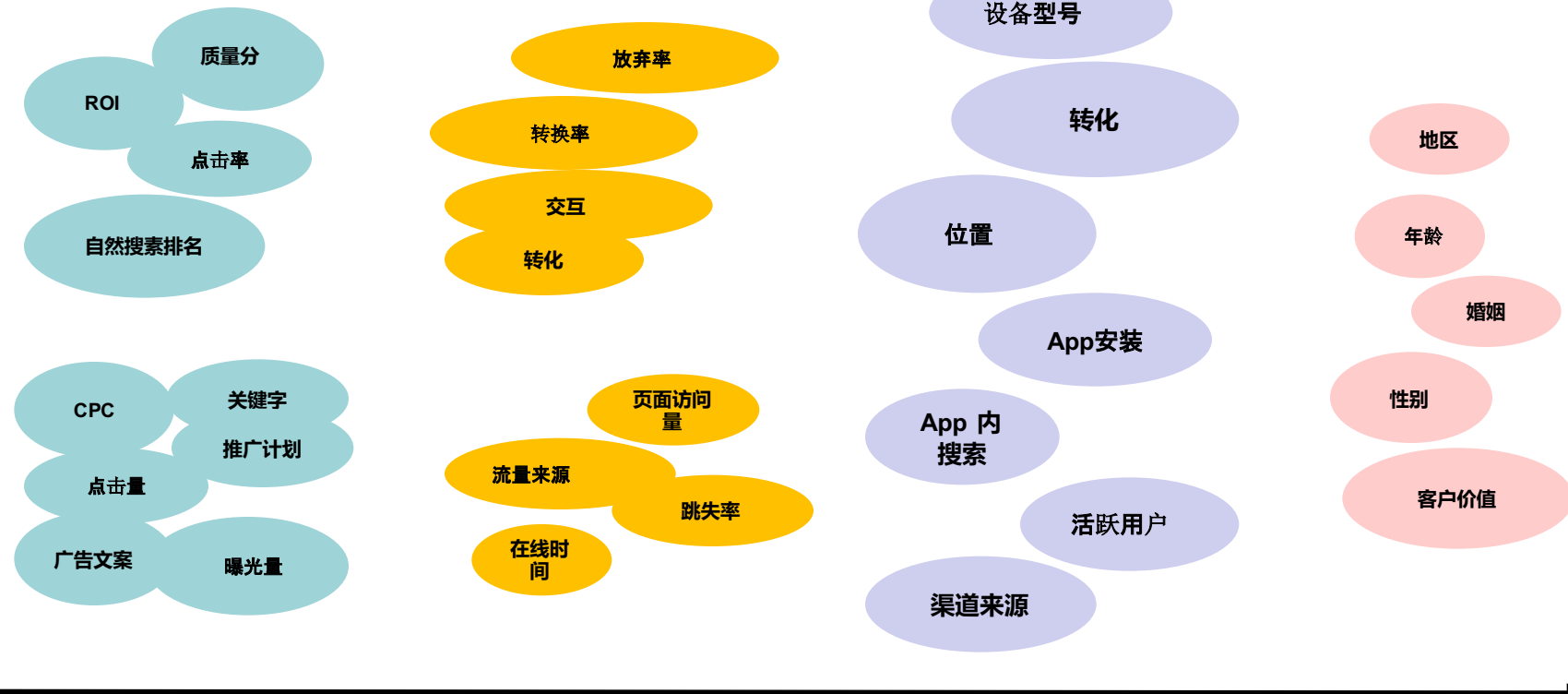


数据孤岛无法有效进行深度数据分析



Advanced

分散的数据来源



媒体广告渠道

网站/App分析数据

用户关系



数据整合及分析的价值

数据整合对在线旅游业务运营的重要性

用户有什么偏好？如何获取新用户？如何维系老用户？

我们的流量效率如何？我们的新版APP产品有什么优缺点？市场投放效果如何？

竞争对手情况如何？我们有哪些优缺点？如何优化价格？

如何优化产品结构？

为什么机票总订单下跌？有什么建议？

如何优化用户体验？

数据分析解决实际旅游电商营收问题，创造业务价值！

分析产品和渠道的结果和产出

- 1. 酒店频道，酒店详情页到预订的转化率。改版前 11%，,预计增长10%的转化率，改版后为 12.1%
- 2. 酒店订单增长4%。

- 改版后转化率月平均在11.1%，完成率：0%，
- 订单月平均增长率10%， 完成率：10/4=250%

老版本



新版本，改善了么？

Refer引荐流量的数据维度（举例）

The screenshot shows the Camp Analytics dashboard interface. At the top, there is a blue header with a logo on the left, a '仪表盘' (Dashboard) dropdown menu, a '报表' (Reports) label, and a '创建报表' (Create Report) button. Below the header, the '新报表' (New Report) section contains a '数据' (Data) dropdown menu with '选择一个表格' (Select a table) and a '筛选' (Filter) section with a '+' button and the text '可添加筛选过滤数据'. To the right, the '处理方式' (Processing Method) section has '原数据' (Original Data) selected and a '+' button with the text '添加一个分组' (Add a group).

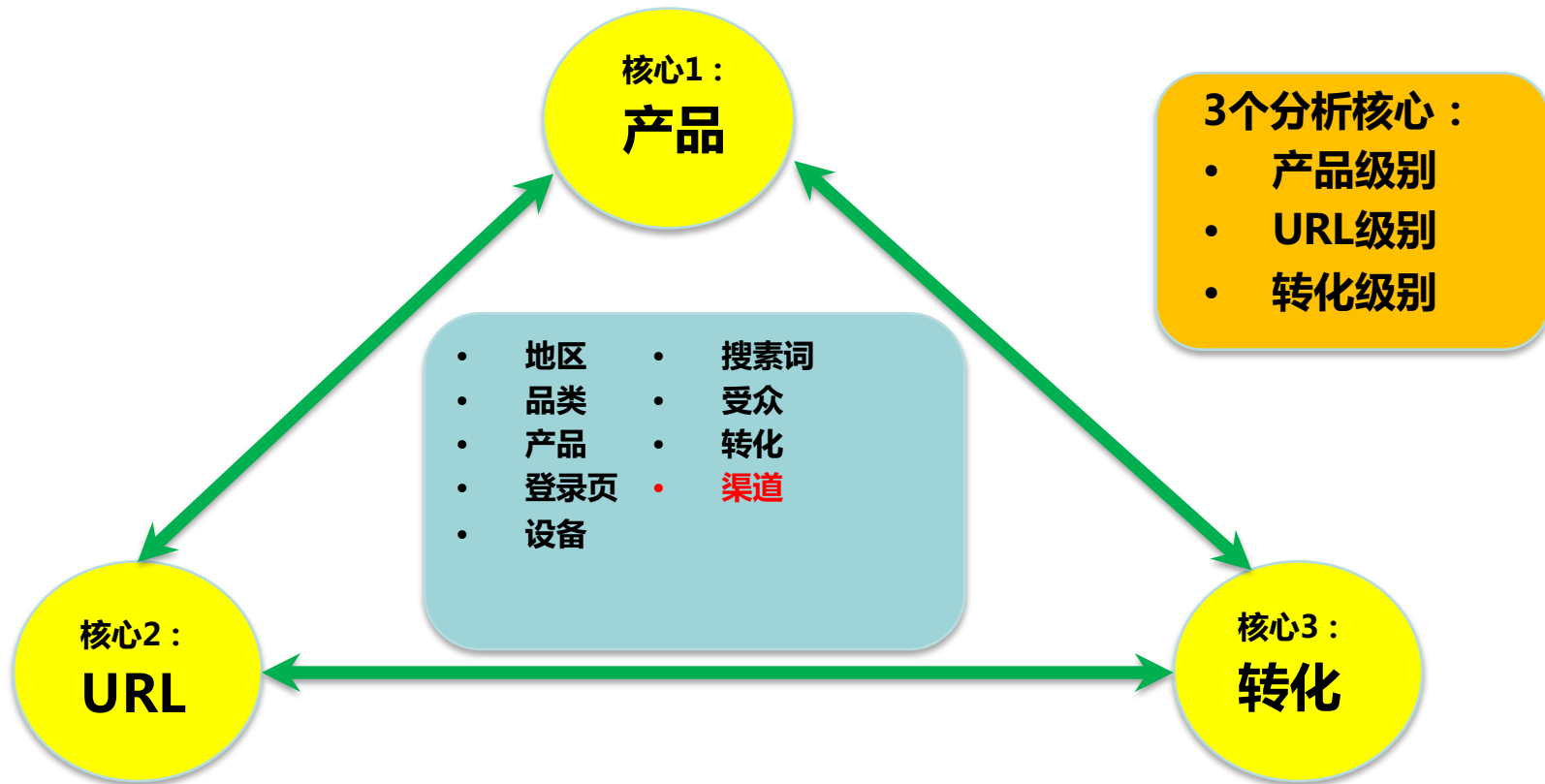
The '数据' dropdown menu is open, showing a search bar with 'refer' and a list of data dimensions. The list is enclosed in a red rectangular box. The dimensions are:

- Pc Ac Referral A Ov
- Pc Ac Referral Avg Items Per Co Nv
- Pc Ac Referral Avg Time On Site
- Pc Ac Referral Bounce Rate
- Pc Ac Referral Co Nv Rate
- Pc Ac Referral Conversions
- Pc Ac Referral Daily
- Pc Ac Referral Devices
- Pc Ac Referral Items
- Pc Ac Referral New Users
- Pc Ac Referral Revenue

The text 'Camp Analytics报表工具创建报表' is overlaid on the right side of the dashboard.



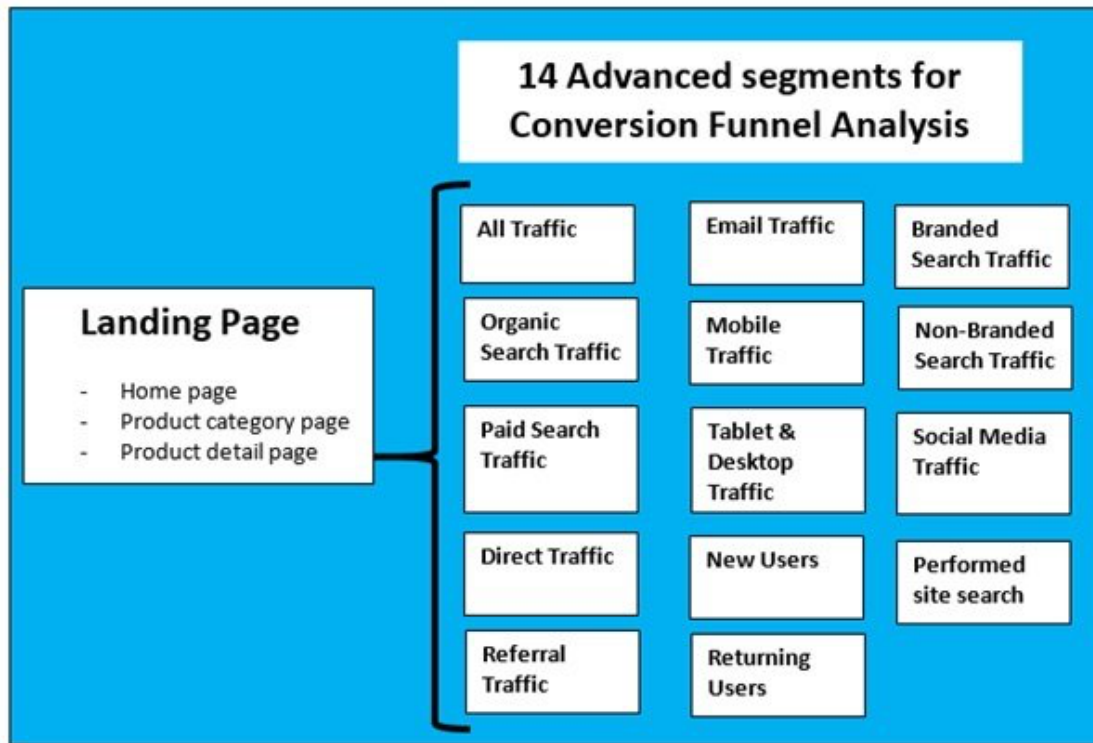
产品销售分析





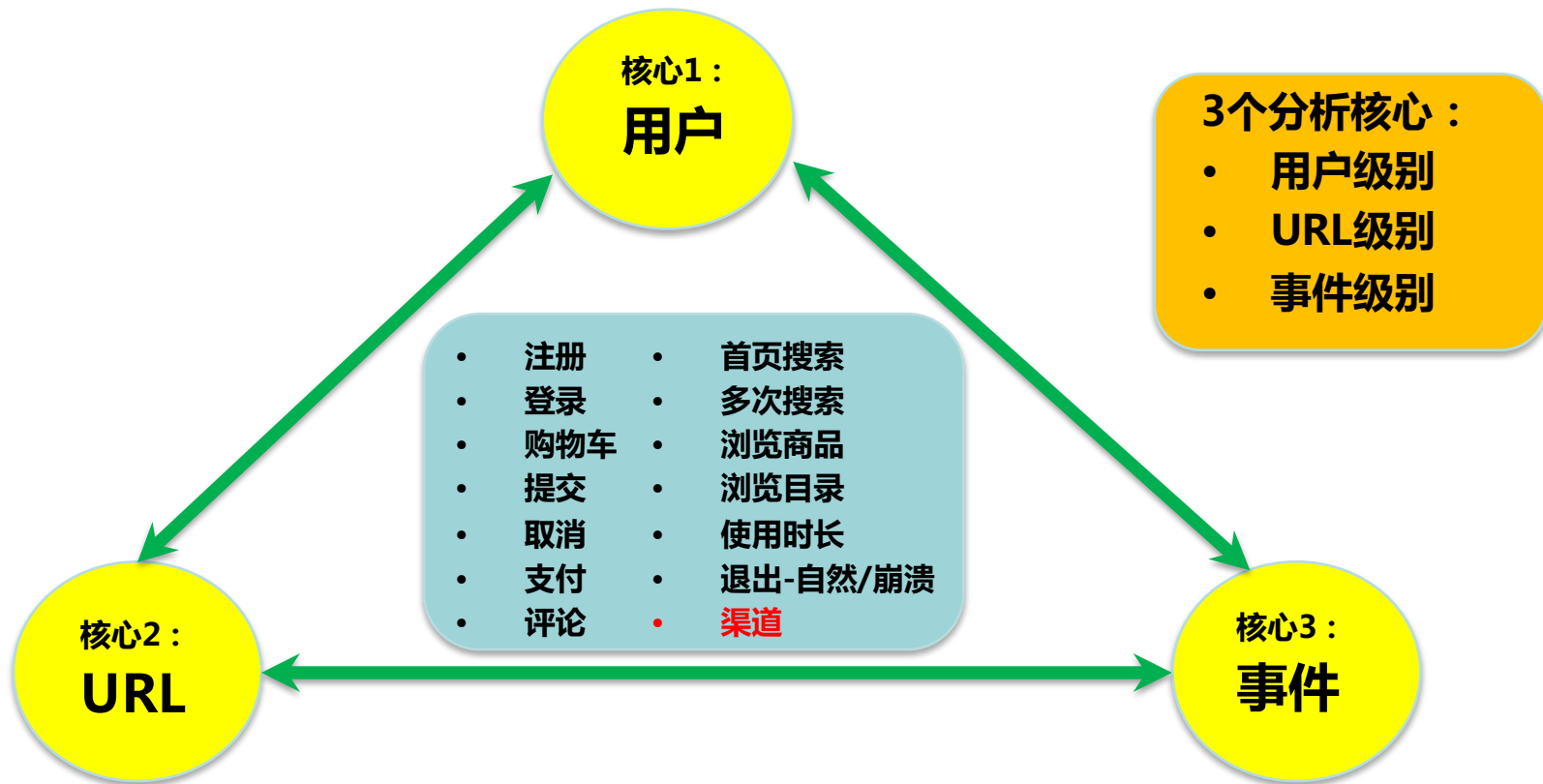
电商网站数据的细分分析

核心1：
用户？





打通的移动端用户行为分析（网站+APP）



互联网人的数据运营实践培训

- 互联网数据分析师成长之路
- 产品运营的数据事件跟踪实务
- 数据驱动设计优化
- 数据驱动渠道优化
- 抽象化数据处理和挖掘方法



- 课程形式：周末2天线下午30人小班制
- 适合对象：企业中运营、产品、数据分析和营销人员

扫码联系我



顾青 Richard
EBizcamp创始人
网站分析星期三联合创始人

